

淡江大學 113 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	許慧卿 HSU, HUI-CHING
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	財金進學班三A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLBXE3A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
系（所）教育目標			
一、習得瞭解專業知識。 二、有效學習自我規劃。 三、植基理論契合實務。 四、人際溝通團隊合作。 五、分析問題提供建議。 六、道德知覺全球公民。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 熟悉商管專業的基本知識。(比重：40.00) B. 具備專業知識的表達能力。(比重：40.00) C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：10.00) D. 具體審辨分析的思考能力。(比重：10.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：5.00) 2. 資訊運用。(比重：30.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：15.00) 5. 獨立思考。(比重：5.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：30.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	本課程旨在透過整體性的理論架構提供同學對相關行銷管理活動的整合性分析，期使同學學習最新的行銷概念與實務操作之問題。
	Marketing oriented thinking is a necessity in today's competitive world. This course is aim to enhance student's knowledge about how to carefully analyze needs...

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	培養學生行銷的基本知識	Introduce the fundamental concepts and elements of Marketing.
2	能夠瞭解及應用行銷管理的理論與實務。	Student will be to understand and apply the fundamental concepts and practices of marketing management.
3	能夠瞭解及應用行銷管理理論與實務。	Student will be understand and apply the fundamental concepts and practices of marketing management.
4	履踐行銷管理。	Student will be understanding the marketing management.
5	瞭解行銷管理。	Understanding the marketing management.
6	瞭解行銷策略	Understanding the marketing management
7	瞭解行銷管理	Understanding the marketing managemenr
8	瞭解行銷管理	Understanding the marketing management

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所) 核心能力	校級 基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	A	1	講述	作業、報告(含口頭、書面)
2	認知	A	1	講述	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	認知	A	1	講述	報告(含口頭、書面)

4	認知	B	5	講述	報告(含口頭、書面)
5	情意	B	5	講述	報告(含口頭、書面)
6	情意	ABCD	12345678	講述	報告(含口頭、書面)
7	認知	ABCD	1234567	講述、討論、發表	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
8	認知	ABCD	1234567	講述、討論、發表、實作	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	114/02/17~ 114/02/23	課程介紹	
2	114/02/24~ 114/03/02	行銷	
3	114/03/03~ 114/03/09	分析行銷環境	
4	114/03/10~ 114/03/16	公司與行銷策略	
5	114/03/17~ 114/03/23	消費者市場與購買者行為	
6	114/03/24~ 114/03/30	消費者市場與購買者行為	
7	114/03/31~ 114/04/06	顧客導向行銷策略	
8	114/04/07~ 114/04/13	顧客導向行銷策略	
9	114/04/14~ 114/04/20	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	
10	114/04/21~ 114/04/27	建立顧客價值	
11	114/04/28~ 114/05/04	建立顧客價值	
12	114/05/05~ 114/05/11	廣告與公共關係	
13	114/05/12~ 114/05/18	廣告與公共關係	
14	114/05/19~ 114/05/25	直效網路	
15	114/05/26~ 114/06/01	消費者互動與顧客價值	
16	114/06/02~ 114/06/08	消費者互動與顧客價值	
17	114/06/09~ 114/06/15	期末考/期末評量週(老師得自行調整週次)	

18	114/06/16~ 114/06/22	教師彈性教學週(原則上不上實體課程, 教師得安排教學活動或期末評量等)	
課程培養 關鍵能力			
跨領域課程			
特色教學 課程	專案實作課程		
課程 教授內容	邏輯思考		
修課應 注意事項			
教科書與 教材	自編教材:講義 採用他人教材:教科書		
參考文獻			
學期成績 計算方式	◆出席率： 20.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。		